

LUISA SANTAMARÍA SUÁREZ
Catedrática de Periodismo. UCM

RESUMEN

Las columnas de los periódicos pasan en estos momentos por un gran esplendor, hasta el extremo de que ha habido académicos que dicen que es el lugar donde se alberga la mejor literatura. Sin embargo, el acierto o el pronóstico del resultado de las elecciones es algo que no es fácil para el columnista. Pues este resultado tiene que ver con combinaciones de hechos, que aunque se han estudiado mucho en el campo de la Sociología están aún por ser detectados. Dice Stuart Mill, que las columnas de los periódicos no cambian la mentalidad del público lector. Lo que hacen es confirmar la que ya tienen.

PALABRAS CLAVE: Columnismo, periodismo de opinión, opinión electoral, opinión pública

ABSTRACT

Interesting moment of the column

Newspaper's columns are flourishing this days, and by academics that there is where the best literature is found. However, the right answer or the forecast of elections results it's not easy for columnists. As this result has to do with combination of facts, although very much studied by sociology, are still to be detected. Stuart Mill said that newspapers columns didn't change readers mentality. Only confirm what they already have.

KEY WORDS: Newspaper Columns, Newspaper Articles, Journalistic Opinion, Electoral Opinion, Public Opinion

Cuenta John Stuart Mill en su autobiografía (1986: 107), a propósito de un artículo muy brillante que escribió su padre, James Mill, en la *Westminster Review*, una característica interesante del columnismo: *“Empezaba –dice– con un análisis de las características que tiene lo que se escribe en los periódicos, señalando que contrariamente a lo que sucede con los libros, no puede esperar a alcanzar el éxito a largo plazo, sino que tiene que lograrlo inmediatamente o resignarse al fracaso absoluto. Por eso es por lo que, casi indefectiblemente, el artículo periodístico profesa e inculca opiniones que ya han sido aceptadas por el público a quien son dirigidas, en vez de tratar de rectificarlas o de mejorarlas. A continuación, con el propósito de caracterizar la Edimburg Review como órgano político, entraba en un análisis detallado de la Constitución Británica interpretada desde un punto de vista radical”*

Sin duda, los estudiosos de este género de opinión –la columna– no llegan a tener claro, a pesar de tantas controversias en el tiempo, si la opinión cambia con la emisión de mensajes o si con esos mensajes se ayuda a sustentar en el público la que ya se tiene, como dice Stuart Mill.

Hay una doctrina clásica –Lazarsfeld, Berelson y Gaudet en *El pueblo elige* (1962)– que asegura que la influencia de los medios de comunicación sobre el público lector es directa. Parece ser que el contacto personal es el que realmente marca influencias. De ahí los mítines políticos en tiempo electoral, que tan laboriosos son para los líderes y a los que no renuncian a pesar de su laboriosidad por el hecho de saber la influencia que tienen.

Los líderes de opinión actúan por comunicación directa e interpersonal; tienen influencia sobre la acción de las personas que suelen seguir sus actitudes. La investigación demuestra que los líderes comparados con el resto de la población estaban más en contacto con la radio, los periódicos y las revistas. La realidad y no la investigación demuestra que los líderes, los que actúan en política y expresan sus ideas al público están completamente en contacto con los medios de comunicación, hasta el extremo que los medios plantean su actuación en torno a los políticos y cuanto más importantes son, más expuestos están a los medios.

Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1962) dicen que las ideas pasaron de la radio y la prensa a los líderes de opinión y de ellos a sectores menos libres de la población. Los autores definen a los líderes de opinión como individuos que sobresalen de los demás por su interés y sus opiniones con respecto a los temas del momento. González Seara sintetizó esta cuestión observando que esos líderes de opinión, caracterizados por su participación activa en la campaña, estaban más expuestos a los medios de comunicación que los demás ciudadanos. Lazarsfeld, Berelson y Gaudet señalan por su parte que los medios influyen sobre los líderes y estos sobre la población.

Estos autores americanos hicieron algunas observaciones interesantes sobre una muestra de 600 personas que representaban a la población de Erie County (Ohio),

durante la campaña presidencial americana de 1940. El objetivo era saber por qué la gente votaba a un determinado candidato, y la investigación se llevó a cabo a través de entrevistas con los componentes de la muestra seleccionada, efectuadas mensualmente desde mayo hasta noviembre, es decir, antes y después de la campaña electoral. Fue posible así estudiar el desarrollo y el cambio de opiniones y actitudes de los miembros del grupo representativo y determinar el impacto de la campaña política y la influencia de los medios de comunicación de masas sobre la intención del voto. El descubrimiento más importante fue que había muy pocos indicios de que la campaña hubiese influido de una forma directa en cambiar el voto de la gente y que el efecto más notable del esfuerzo fue confirmar la intención original de algunos ciudadanos y despertar la disposición latente de otros. Se descubrió que la gente era muy selectiva y que la mayor parte sólo prestaba atención al material que confirmaba sus opiniones originales. Los republicanos atendían a la propaganda republicana y los demócratas a la suya. El estudio demostraba una y otra vez que la gente votaba en grupo, es decir, que la gente que pertenecía a la misma iglesia, familia o club social, tendía a votar por el mismo candidato.

LA OPINION EN LAS ELECCIONES

En las clases de doctorado en las que imparto docencia sobre Periodismo de opinión surgió entre los alumnos hispanoamericanos, al día siguiente a las elecciones del 12-M (12 de marzo de 2000) la inevitable pregunta acerca de la influencia de los medios de comunicación en el voto. Comentaba un alumno que el diario *El País* tenía más del doble de tirada que el *ABC* y *El Mundo* juntos y a pesar de ello, el Partido Popular contrario a la ideología de aquel periódico sacó 183 votos para el Congreso de los Diputados mientras que el PSOE sacó solamente 125, en contra de todo pronóstico.

El diario *El País* había desarrollado en los días anteriores a las elecciones una campaña de periodismo de investigación con reportajes interpretativos contra los abusos del PP y en concreto contra su regidor José María Álvarez del Manzano y en las páginas interiores publicaba columnas enteras, con su “*sidebar*” sobre los abusos que había cometido el regidor en viajes interprovinciales acompañado de su esposa, sin pagar los gastos de estos y otras particularidades por el estilo. El día 11 de marzo, “*Jornada de reflexión*” se dedicaba una página entera, cuya fuente era la cadena SER, a denostar a un *cuñado de un ex alto cargo de Trabajo que había recibido miles de millones en subvenciones*. El acusado, Julio Sánchez Fierro, que fue secretario general técnico del Ministerio de Trabajo entre 1996 y 1998, en la etapa de Javier Arenas, es propietario de la empresa CGP, una de las principales en los sectores de formación y de prevención, de riesgos laborales, según la Cadena SER, autora del reportaje de investigación. La firma recibió miles de millones en subven-

ciones; sólo en 1998 logró 2.5000 millones de pesetas de formación profesional. Es una actividad similar a la de la esposa de otro ex alto cargo de Trabajo, Juan Aycart, que desencadenó la dimisión del ministro de Trabajo Manuel Pimentel, sucesor de Javier Arenas.

A los dos días, un conocido columnista de *ABC* daba cuenta de las denuncias del Partido Popular ante los tribunales por las incursiones de alegatos de Almunia en la cadena SER. No hay noticias de los efectos legales que pudo causar este reportaje por ser incluido en el periódico justo el día de la *jornada de reflexión*. El reportaje ocupa toda una página y tiene, además del texto central, una fotografía y dos textos colaterales o *sidebar*.

El País decía en su editorial el 12 de marzo de 2000:

“Los gobiernos anteriores utilizaron de manera sectaria las televisiones públicas pero abrieron paso a las privadas. Sus manipulaciones parecen ahora un juego de niños comparadas con la determinación con la que sus sucesores no solo han seguido sirviéndose de los medios de titularidad pública, sino que han utilizado las privatizaciones de las empresas estatales para ocupar hasta la asfixia la mayoría de los medios privados. Los socialistas se sirvieron de las empresas públicas mientras gobernaron; el PP las repartió de forma que garantizara su influencia en ellas para siempre. Sobre todo como fuente de financiación de un grupo de comunicación deudor de los favores del PP. (...) La democracia no está en peligro, pero un deterioro de las reglas de juego como el que tales actuaciones implican no puede dejar de afectar a su crédito. La buena marcha de la economía ha dado al gobierno un margen del que carecieron sus predecesores para ampliar su base social. Pero mantienen las incógnitas sobre su comportamiento si la coyuntura fuera menos favorable. Hay síntomas inquietantes. Hubo un momento en que los capitostes de la derecha se ufanaban de que ellos tenían un lugar ganado en la sociedad civil y no dependían de la política para medrar. Ha resultado su moral de las oportunidades –aprovecharlas es de listos– consiste en utilizar el puesto para sus negocios privados, beneficiándose de las subvenciones públicas. (...) Los casos que empiezan a salir en Trabajo son una buena muestra. La democracia es reglas, pero también usos. En 1996 la respuesta del PP a la demanda unánime de que Aznar aceptara un cara a cara en televisión con el candidato socialista fue literalmente”

“Nadie nos puede obligar a hacer algo que vaya contra nuestros intereses”. Tampoco han considerado necesario añadir más razones. La negativa de Aznar de recibir a los presidentes de las comunidades gobernadas por los socialistas o a conceder entrevistas a los medios no sometidos son decisiones que ni siquiera hay que explicar. Se trata de un estilo –gobernar sin complejos– que cuenta con muchos adeptos en el PP pero que pone de relieve un talante antidemocrático”.

En la misma línea de no acertar en los pronósticos de las elecciones estaba Santos Juliá en su columna de política nacional el mismo día que el anterior editorial:

“Entre las cosas más chocantes que hemos tenido ocasión de ver durante la campaña electoral ha ocupado un lugar de privilegio el deseo ampliamente manifestado por los principales partidos de no conseguir la mayoría absoluta. PP y PSOE quieren ser gobierno, faltaría más; pero ninguno de los dos consideraría oportuno insistir en la necesidad de obtener 176 diputados para serlo sin necesidad de depender, como dicen los futbolistas, más que de sí mismos, no de lo que hagan otros. Es como si les diera reparo admitir que la legítima ambición de todo partido político consiste en gobernar con mayoría”

Así las cosas, con un enorme desacuerdo de las encuestas de uno y otro signo, no hubo ni siquiera aproximaciones. Esto de la inexactitud suele ocurrir muy frecuentemente en el campo de las ciencias humanas, como son las estadísticas.

El día 12-M a las 10 de la noche ya se supo que el PP había ganado las elecciones con más de diez millones de votos y 183 escaños en el Congreso de los diputados. Le seguía el PSOE en 125 escaños. El Mundo y el ABC titularon al día siguiente de manera idéntica:

AZNAR LOGRA LA PRIMERA MAYORIA ABSOLUTA DEL CENTRO-DERECHA EN LA DEMOCRACIA

El País titula simplemente:

AZNAR LOGRA LA MAYORIA ABSOLUTA

El editorial de este último diario, que tiene una llamada en portada, pone las cosas en su sitio:

“El triunfo de Aznar que tuvo ayer su día de gloria, corrige todos los augurios que hace cuatro años le pronosticaban un corto recorrido a la luz de su exigua victoria y que siempre le habían señalado un techo alejado de la mayoría holgada. Desde hoy no tendrá que pagar los peajes que durante estos años han condicionado su política autonómica, pero tampoco contará con la influencia moderadora de Pujol en otros terrenos. (...) Con la economía creciendo a buen ritmo y el país bastante tranquilo en lo político no había motivos para que quienes habían votado al PP le retirasen su apoyo. (...) Aznar se anota un triunfo muy importante, lo que obliga a rectificar algunos juicios apresurados sobre su credibilidad como líder del centro-derecha”

Entre las columnas del mismo diario (Juan José Millás, Vicente Verdú etc.) llama la atención, la como siempre más radical de todas, de Maruja Torres:

“Me di cuenta de que todo estaba perdido cuando Jordi Pujol salió en TVE-1 admitiendo que su formación había perdido un escaño por Gerona, no por Girona (...) Como que las cosas volvían a estar en su sitio, junto con la impresión de Ku Klux Klan que producían las numerosas banderas blancas que ante la imposibilidad de desplegarse se constituían en su modalidad natural de cucurucho.”

La magistral pluma de Javier Pradera enjuicia desde su columna de política nacional, el resultado de las elecciones:

“Esa victoria ha quedado superfluamente ensuciada por la usurera estrategia de una campaña electoral diseñada para evitar el más mínimo riesgo a su candidato a la Presidencia del Gobierno aun a costa de hacerle incumplir sus anteriores promesas. La decisión tomada por Aznar de rehuir los debates con los demás candidatos y de negarse incluso a conceder entrevistas a medios de comunicación escritos, radiofónicos y televisivos independientes seguramente ha velado sus dulces sueños pero también ha privado a los votantes de disponer de la mejor información posible sobre las cuestiones disputadas en estos comicios(...) Abstracción hecha de ese chafarrinon superfluo en la génesis de su indiscutible éxito, Aznar ha recibido el premio electoral del que le habían hecho acreedor los logros obtenidos por su gobierno durante los pasados cuatro años sobre todo en el terreno de la política económica(...) Si malas han sido las elecciones para el PSOE, todavía peor han sido para IU, que ha perdido más de la mitad de sus escaños y votos”.

El columnismo del diario El Mundo, viene en su lugar más destacado de la mano de Antonio Burgos con su lenguaje florido:

“Esta mayoría de los claros clarines de Javier Arenas es como el anuncio de la primavera de Manuel Machado: la mayoría absoluta de Aznar ha venido, nadie sabe cómo ha sido: Porque tomamos la merienda con un Almunia que le decía adiós buen viaje, adiós que lo pases bien a Aznar; y a la hora de la cena ya buscaban los autotitulados progresistas una mesa, no para la sopa boba de siempre, sino para esconderse debajo. (...) Para estos cambios, antes se necesitaban destronamientos, huelgas generales, revoluciones en Asturias...”

Y no falta Francisco Umbral en su columna personal diaria:

“Pero en cualquier caso la mayoría Aznar se veía venir. Venir reventona, pues su partido remata una gobernación de cuatro años sensatos –nada más que sensatos– con una campaña electoral por la que hay que felicitar a Rajoy, aunque nos duela.”

El diario ABC no hace grandes alardes en sus columnas. Escriben sobre el asunto Ignacio Sánchez Ruiz, José María Ortiz, Jaime Campmany... Este último hace en su columna habitual un análisis de los acontecimientos para terminar con lo siguiente:

“El electorado español ha comprendido perfectamente la excelente labor del gobierno del Partido Popular; sobre todo en lo referente a la economía. Aquel “empate técnico” que mantenía las ilusiones de los socialistas hubiese resultado incomprensible para todos aquellos que, ideología aparte, son conscientes del

avance que ha dado España en estos cuatro años. Que España va bien es algo que no hace falta repetir para ser creído. Basta con asomarse a la vida española. Y ese hecho no tenía más remedio que reflejarse, más o menos espectacularmente, en las urnas. Y el espectáculo está servido. No se trata de un triunfo basado sólo en la esperanza y en la promesa. Es la compensación de muchos aciertos,”

La tónica general de las columnas de los diarios de Madrid de mayor tirada es el asombro ante la mayoría del PP y el desconcierto ante la equivocación de las encuestas. Columnas hay que proponen desautorizar toda encuesta y suspender a sus autores. Este resultado de las elecciones echa por tierra todas las opiniones de los estudiosos sobre los efectos de los medios de opinión sobre el público receptor. Y nadie se explica ese resultado. Mejor dicho, sí. A los dos días de las elecciones, las aguan van volviendo a su cauce y es interesante leer a algunos columnistas de la misma prensa, que ya valoran y explican. Así dice Raúl del Pozo en el diario El Mundo:

“Para llegar a esta asombrosa mayoría, Aznar ha tenido que centrar a la derecha, soportar las injurias de la campaña y meterse en la cama con sus enemigos. Ahora tiene que evitar cualquier tentación de rodillazo. En cuanto al desastre de la izquierda hay que decir que la Historia es lenta, pero inexorable. La causa de su fracaso está en su análisis dogmático e intolerante. Se habían acostumbrado a usar la mentira y la demagogia.”

Y Francisco Umbral en su última página:

“Lo que les ha favorecido ha sido el contraste. Veníamos de 14 años de ebullición, libertades y retórica. La política de Aznar viene de los aznares, naturalmente, y nos ha dado cuatro años de aburrimiento, buena merienda, un año de tregua etarra, un Estado billonario con be y una cierta paz municipal. El pueblo español que tenía agujetas de socialismo, le ha agradecido mucho todo eso y han votado continuismo para que el cuerpo acabe de asentársele. (...) Tras la movida socialista de la que tanto hemos aprendido bueno y malo, Aznar nos ha vareado como olivos y la otra noche recogió los votos de la paz y a la paz. Sólo que el hombre es un animal pensante y el intelectual o el científico no pueden vivir sin ideas como la beata no puede vivir sin párroco. En la noche electoral no cruzó una sola idea los cielos primaverales de marzo, ni siquiera como platillo volante. Ha triunfado el régimen de vitaminas y el vacío mental. Pero la semana que viene alguien empezará a pensar y entonces qué.”

La columna de Jaime Campmany en el diario ABC es toda ella un argumento a fortiori. Comienza:

“Ya decía yo que estas elecciones más que perderlas Joaquín Almunia, las iba a perder Jesús Polanco, aunque el que haya dimitido ha sido Almunia y Polanco

no. Los medios del grupo de presión (Iñaki Gabilondo dixit, oh, el divino subconsciente) Prisa digo, a medida que avanzaba la noche electoral se ponían enloquecidos (...) Desde el principio de la campaña y de la precampaña, Jesús Polanco había enviado todas sus huestes a luchar contra el Partido Popular y el sábado de reflexión y el domingo de urnas seguían batallando casa por casa, elector por elector. Los micrófonos de la Ser continuaban dando discursos de Joaquín Almunia mientras las urnas se llenaban de papeletas de Aznar, y los redactores y tertulianos de la emisora lanzaban proclamas sobre los pacíficos ejércitos de votantes tratando de remediar lo que ya parecía irremediable. La Ser dejaba de ser un medio informativo para convertirse en un altavoz del frente, y planteaba la confrontación electoral como una arenga para llamar a una nueva pelea a muerte entre ideologías. (En un espacio de la Ser titulado El Mirón informaron galantemente al personal votante que a Federico García Lorca lo asesinó la derecha por ser maricón, y esa misma derecha es la que hoy puede ganar las elecciones. (...)) Si uno cayera en la tentación de responder en el mismo terreno, sería posible decir que esos que venían de matar a García Lorca y votaban al PP lo hacían para evitar que ganaran las elecciones los que venían de asesinar a Calvo Sotelo. Y ya estábamos en los garrotazos goyescos: decir eso en un día de elecciones democráticas es peor que una perversidad"

Y hasta aquí una muestra breve de lo que ha sido el columnismo en estos días. Dejo para el final la columna de El País del mismo día que las anteriores porque me parece un síntoma. He escuchado decir a profesores universitarios que esta columna supone un cambio de dirección ideológica en la línea del periódico El País. No ha sido frecuente en años anteriores el ver en este diario una condena tan exagerada a Felipe González como la que por su interés mostramos a continuación. Se titula la columna "*Perdón, Perdón, Perdón*" y su autor es Eduardo Haro Tecglen. Dice así:

"Quién verá un día a Felipe González con un traje talar, morado, pidiendo perdón. Como el Papa. Pero el Papa apenas ya tiene creyentes –tiene sociedades, intereses, acostumbrados– y tampoco los tendrá Felipe González, o su biznieto"

"Perdón por destrozar la izquierda. Por la invención del pelotazo y el cambio del sentido del trabajo, por los GAL y por haber creado en torno suyo un enjambre de ladrones; por haber abandonado la Internacional, el puño en alto; por haber devorado a sus antepasados del partido obrero, y enterrado las doctrinas de Pablo Iglesias y el esfuerzo de los socialistas durante cien años, y cualquier recuerdo del Frente Popular; y (sin desenterrar el hacha de guerra civil) por no sostener la idea del sacrificio que costó mantener una izquierda. Por haber subido los alquileres, contenido los salarios, refrenado las pensiones, aprisionado la seguridad social. Por haber declarado la guerra al partido comunista. Por haber atacado a quienes querían juzgar a Pinochet, por haber mandado una fragata a la guerra del Golfo, por haber reconvertido el pacifismo de su primera campaña electoral en la primera guerra de la OTAN conducida por uno de sus ministros –aún le sacó la semana pasada a pedir votos– por haber convertido en general al

guardia civil Galindo de Intxaurre, por haber servido al capitalismo, por creer en Margaret Thatcher. Por imaginarse que era de izquierdas pero que la derecha le admiraría y le preferiría a los suyos propios”

“Por haberse rodeado de mediocres cuando gobernaba y cuando iba a dejar de gobernar, por haber permitido las primarias y haberlas anulado después; y perdón por (y a) Borrell, Almunia, Morán. Perdón por el euro, la globalización, la mundialización, el acuerdo de Schengen, las pateras hundidas, el mantenimiento de las escuelas católicas privadas y concertadas; por no haber llegado a tiempo a la constitución de las parejas de hecho, por no dejar terminadas las leyes del aborto... Perdón por haberse enfrentado con la libertad de Prensa, por haber influido pesadamente en la radio y en la televisión”

“Perdón por haber hecho creer que todo eso era la izquierda, con sus conversos y sus amanuenses y sus acólitos y su inmensa soberbia política. Tendrá en su casa supongo el vídeo en que ganó las primeras elecciones, y España brindaba, sacaba su champaña y sus viejas canciones y sus banderas y sus risas perdidas. Otro tiempo. Aquella etapa terminó el domingo”

Queda por decir que, como se ha podido ver, las columnas de opinión reflejan por sí solas el ambiente general y si se ha echado mano de algún fragmento de editorial ha sido por colaborar a poner en escena la situación real, teniendo en cuenta que el estudio no es muy amplio. Es una opinión muy generalizada entre los estudiosos del periodismo de opinión que en estos momentos los temas importantes se desplazan de los editoriales a las columnas de opinión, en las que hay unos cuantos autores que realizan una labor literaria más importante que la que puedan realizar los escritores de mayor prestigio. De las columnas de algunos de ellos nos hemos servido aquí.

BIBLIOGRAFÍA

MILL, John Stuart (1986): *Autobiografía*. Madrid, Alianza

LAZARSFELD, Paul F., BERELSON, B. Y GAUDET, H. (1962): *El pueblo elige. Cómo decide el pueblo en una campaña electoral*. Buenos Aires, Ediciones Tres

(Artículo recibido el 30 de marzo de 2000. Aceptado el 11 de mayo de 2000)